

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi dalam pembangunannya tidak terlepas dari peran sektor perbankan. Selama bertahun-tahun ekonomi dunia didominasi oleh perbankan dengan sistem bunga, walaupun banyak negara yang mengalami kemakmuran dengan sistem ini, akan tetapi masih banyak yang belum bisa mencapai kemakmuran, bahkan semakin terpuruk dengan sistem bunga.

Bank pada hakikatnya merupakan lembaga perantara (*intermediary*) yaitu lembaga yang mempunyai tugas pokok untuk menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat. Umumnya jasa yang ditawarkan oleh bank syariah untuk menghimpun dana adalah dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito berjangka. Namun dalam prinsip operasionalnya bank syariah terdapat ciri khusus, yaitu pemilik dana menyimpan dan menanamkan dananya di bank syariah tidak dengan motif untuk mendapatkan bunga.

Bank syariah adalah bank umum yang menjelaskan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran (UU No. 10 tahun 1998). Bank syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan moral dan

prinsip-prinsip syariah islam. Terutama yang berkaitan dengan pelarangan praktik riba, kegiatan maisir (spekulasi) dan gharar (ketidakjelasan).

Perkembangan bank-bank Syariah di Negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia pada awal 1980-an diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnean A.Perwataatmadja, M.dewan Raharjo, A.M.Saefudin, M.Amin Azis dan lain-lain. Beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas telah diwujudkan. Diantaranya adalah Baitul Tamwil-Salman, Bandung yang sempat tumbuh mengesankan.

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia baru dilakukam pada tahun 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil Lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung di Hotel Sahid jaya Jakarta, 22-25 agustus 1990. Dalam hal ini dibentuk tim kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia.

Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Sementara perkembangan bank syariah selalu menunjukkan trend yang meningkat. Dari jumlah kuantitas pada tahun 2006 jumlah Bank Umum Syariah yang beroperasi adalah sebanyak 3 Bank Umum Syariah dan pada tahun 2010 sudah terdapat 11 Bank Umum Syariah yang beroperasi.

Berbeda dengan perkembangan perbankan konvensional dari tahun 2007 - 2012 menunjukkan penurunan kauntitas dimana pada tahun 2007 terdapat 130 bank umum konvensional yang beroperasi diseluruh indonesia dan pada tahun 2012 tinggal 120 bank konvensional yang beroperasi, yang berarti terjadi penurunan sebesar 7.69%.

Tabel I.1

Perkembangan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No	Jenis Bank	Jumlah Bank					
		2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	Bank syariah	3	5	6	11	11	11
2	Bank Konvensional	130	124	121	122	120	120

Sumber : Bank Indonesia

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawwal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan

Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.

Dengan perkembangan tersebut bank syariah terutama dalam pembahasan ini Bank Muamalat harus lebih baik dalam produk dan jasa yang ditawarkan. Mulai dari produk, harga, *nisbah* bagi hasil dan promosi. Dengan adanya Bank Syariah, konsumen yang mayoritas beragama islam tidak ragu dan bermaksud mengalokasikan dananya pada syariah dan sekaligus kegiatan operasional bank syariah lebih efektif, efisien dan maksimal. Melihat perkembangan perbankan syariah yang cukup pesat, bahkan ketika terjadi krisis moneter tahun 1997-1998 Bank Muamalat adalah satu-satunya bank di Indonesia yang tidak terkena dampak dari krisis tersebut, dan setelah peristiwa itu Bank Indonesia mengeluarkan UU No.10 Tahun 1998 yang mengizinkan Bank-bank konvensional untuk membuka Unit usaha syariah.

Fungsi perbankan secara umum yaitu menghimpun dana (*funding*) maksudnya untuk melaksanakan operasional bank memerlukan dana. Dana ini diperoleh melalui setoran dana pemilik, pinjaman antar bank dan dana dari masyarakat yang dihimpun melalui giro, tabungan dan deposito.

Sumber dana dari masyarakat merupakan sumber dana terpenting bagi bank dan merupakan keberhasilan bank jika mampu menghimpun dari sumber dana ini. Penghimpunan dana dari sumber ini relatif mudah jika dibandingkan dengan sumber dana lainnya dengan catatan dapat menarik minat masyarakat melalui sejumlah promosi menarik dan tentunya tingkat *nisbah* bagi hasil yang adil.

Dana pihak ketiga (simpanan) yang dijelaskan dalam UU Perbankan RI No. 10 tahun 1998 tentang perbankan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasional bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasionalnya dari sumber dana ini. Menurut UU Perbankan No. 10 tahun 1998 sumber dana yang dimaksud adalah sebagai berikut :

a. Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

- b. Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank.
- c. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Bank mempunyai strategi dalam menghimpun dana yaitu dengan memberikan promosi berupa balas jasa yang menarik dan menguntungkan. Balas jasa tersebut dapat berupa bagi hasil, cendra mata, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Semakin beragam dan menguntungkan balas jasa yang diberikan akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat terstimulus untuk menambahkan dan meningkatkan jumlah saldo tabungannya di bank.

Kemudian dana yang berhasil dihimpun oleh pihak bank akan disalurkan kembali oleh bank dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan yang umum dilakukan oleh bank adalah pembiayaan *mudharabah*. *Mudharabah* adalah pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah kepada pihak lain untuk usaha yang lebih produktif. Disamping itu bank juga memegang peranan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia serta berguna dalam perdagangan antar negara. Dalam hal ini pembayaran transaksi akan dapat meningkatkan devisa negara. Bank pemerintahan dan bank swasta terus menerus membenahi diri untuk meningkatkan pelayanan terhadap nasabah. Kondisi ini secara langsung memberikan persaingan yang mana dirasakan dalam hal jasa perbankan

khususnya tabungan. Tabungan merupakan simpanan masyarakat yang biayanya masih relatif murah. Produk tabungan yang sekarang dijual yang ditawarkan oleh bank-bank syariah memiliki *nisbah* bagi hasil yang berbeda-beda, hal ini dikarenakan sebagai adanya persaingan yang cukup ketat dalam mengumpulkan dana masyarakat.

Setiap bank memiliki jenis tabungan yang berbeda-beda, perhitungan *nisbah* bagi hasil, promosi, pembagian hadiah, tata cara penyetoran dan penarikan yang berbeda-beda. Produk tabungan ini dapat dijadikan sebagai alat promosi untuk menarik minat masyarakat. Promosi dapat disalurkan dalam bentuk bagi hasil, pemberian hadiah, cendra mata, fasilitas dan lain sebagainya

Dalam kegiatan operasionalnya, Bank Muamalat Indonesia melaksanakan berbagai macam jasa perbankan sebagai berikut: (1) memberikan jasa penyimpanan dalam bentuk giro, tabungan dan deposito, (2) memberikam pembiayaan dalam bentuk KPR, pembiayaan modal kerja dan investasi (3) memberikan pelayanan dan jasa perbankan lainnya.

Dalam dunia usaha, baik produksi maupun jasa selalu dihadapkan dengan persaingan untuk mengatasi persaingan, perusahaan menempuh berbagai cara dan strategi untuk menyampaikan produknya kepada konsumen. Strategi pemasaran setiap perusahaan disesuaikan dengan kemampuan dana perusahaan melalui bauran pemasaran yang meliputi faktor harga, produk, distribusi dan promosi. Kegiatan pemasaran harus harus dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan untuk

memperoleh keuntungan. Kegiatan promosi harus sejalan dengan rencana pemasaran yang diarahkan dan dikendalikan untuk mengembangkan perusahaan.

Persaingan pemasaran jasa-jasa perbankan khususnya perbankan syariah akan mempengaruhi aktivitas jual beli jasa perbankan baik usaha penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan maupun usaha penyerapan dana masyarakat. Aktivitas pemasaran tersebut dapat terjadi setiap waktu antara pihak bank dengan bagian kas, informasi dan pelayanan nasabah secara tidak sadar sudah terlibat dalam praktek pemasaran pada saat berhadapan atau melayani nasabah.

Menurut Mulyadi menyatakan bahwa pengertian biaya dalam arti luas adalah biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi : 2005). Menurut Sunarto biaya yaitu merupakan harga pokok atau bagiannya yang telah dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan (Sunarto : 2004).

Biaya promosi yaitu pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang yang telah terjadi secara potensial untuk mencapai tujuan tertentu agar penyampaian informasi dari penjual ke pembeli dapat mempengaruhi sikap dan tingkah laku pembeli.

Tabel II.2

Biaya Promosi, biaya pendidikan dan pelatihan BUS dan UUS tahun 2012

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012

Biaya Promosi	90	135	180	154	236	339	261
Biaya Pendidikan dan pelatihan	19	19	32	45	60	55	91
total	109	154	212	199	296	394	352

Sumber : Bank Indonesia

milyar rupiah.

Sementara Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi selain periklanan, penjualan, tatap muka dan hubungan masyarakat yang dalam kegiatannya mendorong pembeli dan konsumen. Basu Swastha (2005:279) telah mengutip pendapat dari Nickels mengenai pengertian promosi penjualan sebagai berikut : “Promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain personal selling, advertising, dan publicity yang mendorong efektivitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya”.

Berbagi hasil dalam bank syariah menggunakan istilah *nisbah* bagi hasil, yaitu proporsi bagi hasil nasabah dan bank syariah. Prinsip perhitungan bagi hasil pendapatan sangat penting untuk ditentukan diawal dan diketahui oleh kedua belah pihak yang akan melakukan kesepakatan. Misalnya, jika *customer service* bank syariah menawarkan *nisbah* bagi hasil Tabungan IB sebesar 65:35, itu artinya nasabah bank syariah akan mendapatkan bagi hasil sebesar 65% dari *return* investasi yang dihasilkan oleh bank syariah melalui pengelolaan dana-dana masyarakat di sektor riil.

Untuk produk pendanaan/simpanan bank syariah, dalam hal ini tabungan iB atau deposito iB, penentuan *nisbah* bagi hasil dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu : jenis produk simpanan, perkiraan pendapatan investasi dan biaya operasional bank. *Nisbah* bagi hasil tersebut dapat berubah tiba – tiba dan kapan saja. Hal ini dilakukan oleh pihak manajemen perbankan sebagai respon dari kondisi perbankan syariah dan juga sebagai strategi untuk mendapatkan para calon nasabah baru melalui promo *nisbah* bagi hasil yang sangat menarik.

Sebelumnya Femi Abdullah Pulungan (2013) meneliti mengenai analisis pengaruh biaya promosi terhadap jumlah simpanan dana pihak ketiga pada Bank Sumut, yang mana hasil dari penelitian tersebut adalah biaya promosi berpengaruh terhadap jumlah simpanan dana Pihak ketiga.

Kemudian M.Abdulatif (2006) meneliti mengenai pengaruh promosi terhadap akumulasi dana pihak ketiga pada PT Bank Syariah Mandiri dimana diperoleh hasil bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap akumulasi dana pihak ketiga dimana dalam kurun waktu 7 tahun terakhir 98% kenaikan dana pihak ketiga dipengaruhi oleh promosi sementara 2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Lalu Fadli Pasaleori (2012) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Promosi dan tingkat suku bunga terhadap perolehan Dana Pihak ketiga dalam bentuk deposito yang mana hasil dari penelitiannya adalah terdapat pengaruh yang kuat antara promosi terhadap perolehan DPK dalam bentuk Deposito yang diperoleh dari nilai $r_1 = 0,759$ yang artinya promosi berpengaruh sebesar 75,9 % terhadap perolehan Dana Pihak ketiga.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu maka ditambah satu variabel independen yaitu *nisbah* bagi hasil. Hal ini didasari pada penelitian yang dilakukan oleh Yesi Widia Anggraini yang berjudul Pengaruh *Nisbah* Bagi Hasil Terhadap Tabungan *Mudharabah* pada Bank Umum Syariah pada tahun 2007 dimana hasil penelitian bahwa *nisbah* bagi hasil mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap tabungan *mudharabah*. Artinya jika terjadi kenaikan *Nisbah* bagi hasil maka akan diikuti kenaikan tabungan *Mudharabah*.

Dari uraian tersebut maka dilakukan penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Biaya promosi dan *Nisbah* Bagi Hasil Terhadap perkembangan Dana pihak Ketiga Pada Bank Muamalat Indonesia”**

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *biaya promosi* terhadap perkembangan Dana Pihak Ketiga dalam bentuk tabungan di PT. Bank Muamalat Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *nisbah bagi hasil* terhadap perkembangan Dana Pihak Ketiga dalam bentuk tabungan di PT. Bank Muamalat Indonesia ?
3. Bagaimana pengaruh *biaya promosi* dan *nisbah bagi hasil* terhadap perkembangan dana pihak ketiga dalam bentuk tabungan pada PT. Bank Muamalat Indonesia ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap perkembangan dana pihak ketiga dan peningkatan jumlah saldo dalam bentuk tabungan pada PT.Bank Muamalat Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *nisbah* bagi hasil terhadap perkembangan dana pihak ketiga dan peningkatan jumlah saldo dalam bentuk tabungan pada PT.Bank Muamalat Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan *nisbah* bagi hasil terhadap perkembangan dana pihak ketiga dalam bentuk tabungan pada PT.Bank Muamalat Indonesia.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan yang diteliti PT.Bank Muamalat Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan sumbangan pikiran serta saran-saran yang dapat membantu perusahaan/Bank Muamalat Indonesia dalam menjalankan operasinya yang berprinsip syariah dalam rangka meningkatkan jumlah dana pihak ketiga khususnya dalam bentuk tabungan.
2. Bagi peneliti, dapat meningkatkan dan memperdalam pengetahuan serta pemahaman penulis mengenai akuntansi perbankan syariah khususnya mengenai pengaruh *biaya promosi, nisbah bagi hasil* terhadap perkembangan dana pihak ketiga dalam bentuk tabungan.
3. Bagi peneliti lain, dapat dijadikan sebagai bahan referensi dasar untuk melakukan penelitian sejenis dan lebih lanjut dalam bidang yang sama yaitu akuntansi perbankan syariah khususnya mengenai pengaruh *biaya*

promosi, nisbah bagi hasil terhadap perkembangan dana pihak ketiga dalam bentuk tabungan.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam Bab ini penulis memaparkan sebab yang melatar belakangi penulis untuk melakukan penelitian ini. Dan juga pada bagian ini akan menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan menguraikan beberapa teori yang akan mendasari penulisan skripsi ini yang berisikan tentang pengertian promosi, tujuan promosi, bentuk-bentuk promosi, pengertian biaya promosi, *nisbah* bagi hasil, bank syariah, dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan mengenai metode penelitian yaitu : objek penelitian, metodologi, desain penelitian, variabel, sumber dan teknik penentuan data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan mengenai sejarah, struktur organisasi, serta produk dan jasa yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia

BAB V : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan hasil dari penelitian analisis pengaruh biaya promosi dan *nisbah* bagi hasil terhadap perkembangan dana pihak ketiga dalam bentuk tabungan pada Bank Muamalat Indonesia.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dari permasalahan yang telah dikemukakan dan saran –saran untuk kebaikan perusahaan dan untuk peneliti selanjutnya.